transāt

PRESCRIPTEUR D'IDÉES RÉCOMPENSES POUR PROFESSIONNELS INSPIRÉS





ÉDITO

Et si on prenait le temps ?

Toujours plus vite, toujours plus puissant, toujours plus stressant… Qui n'a jamais rêvé d'appuyer sur le bouton OFF, pour déconnecter, prendre de la hauteur, ou simplement lire un magazine au calme dans son transat ?

Difficile à dire pour nous qui avons constamment l'impression de courir après le temps… Et pourtant ! Ce concept du slow living s'invite jusque dans le monde du travail pour redonner de la qualité, du plaisir et du sens à nos activités. Une philosophie de vie que nous souhaitons nous appliquer mais surtout partager avec vous à travers ce magazine.

Passionnés par les objets, la décoration et le voyage, nous en avons fait notre métier en délivrant chaque jour, à des milliers de professionnels, des conseils et des idées de récompenses. Nous considérons ce travail comme un art de vivre, une philosophie du plaisir dans laquelle les professionnels sont vus comme des individus, avec leurs goûts, leur personnalité et souvent même du style !

Nous souhaitons vous donner du plaisir, en partageant avec vous, nos coups de cœur, nos bonnes adresses, nos points de vue, et plus que tout notre passion.

Bienvenue dans l'univers de Transat.

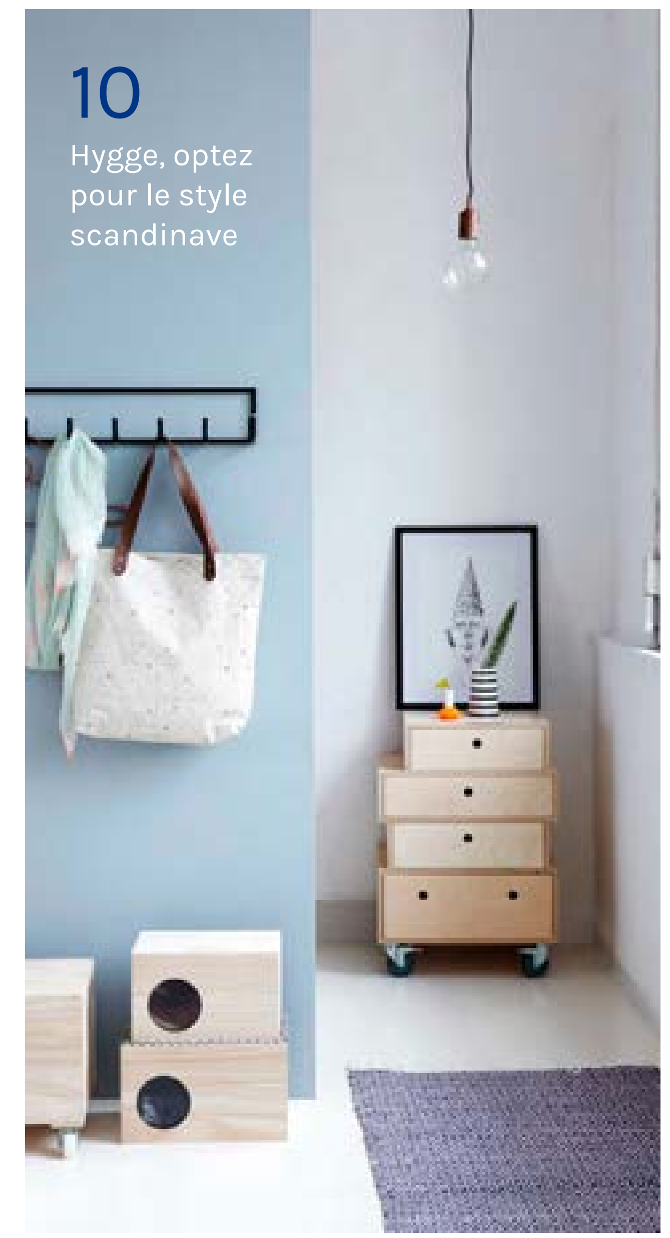
Stéphanie Noyers
Directrice de Loyalty Reward



transāt

Directeur de la publication Olivier Bertin
Coordination & rédaction Dounia Issaa, Stéphanie Noyers, Alicia Bouillard
Direction artistique et exécution Sandrine Saadi - *www.studiobasilic.com*
Photographies Alice Chartain, Sandrine Saadi, Shutterstock
Impression : ICA imprimerie - Tirage : 4 000 ex.

- Dépôt légal en cours -







Un Handbag Sabatier 1947 à gagner dans ce numéro *page 14*







transāt

SOMMAIRE | NUMÉRO 1

Un magazine signé Loyalty Reward - www.loyaltyreward.fr

Audace

C'est le mot clé des tendances automne / hiver selon le magazine Vogue. Fourrures, brillance, rose ou encore rouge couture, il faudra avoir du cran pour paraître hype cet hiver.

COLLECTION



Scandinave coloré

Graphique et colorée, la collection SÄLLSKAP d'Ikea revisite l'esprit scandinave traditionnel qui a fait le succès de la marque, tout en y intégrant des codes plus contemporains et actuels. Essentiellement composée d'objets et d'accessoires dédiés à la salle à manger, la collection SÄLLSKAP met en exergue le textile et les motifs créatifs sur des objets du quotidien. Une façon originale d'introduire l'art graphique dans nos maisons.

A découvrir dès le mois d'octobre.

On aime : les chaises dépareillées pour un style ludique et branché.

AVIS DE SORTIE



Barista

Sortie en octobre, la dernière née de Nescafé Dolce Gusto au design en forme de grain de café n'a pas fini de faire parler d'elle ! Conçue pour garantir un espresso de qualité, la Movenza s'adapte à vos goûts grâce à son système de pression 15 bars et à une interface tactile bien pensée qui vous permet de personnaliser la longueur de votre boisson.

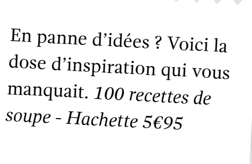
COUP DE FOOD

Mange ta soupe !

Oubliées les tartiflettes, raclettes et autres bombes caloriques, quand les températures frôlent les zéros degrés, c'est LA tendance soupe qu'il vous faut adopter (et puis ça fait grandir, il parait...)



Sain, délicieux et fait-maison, si avec ça toutes vos copines ne vous l'envient pas...
Soup Maker - Philips 79€



En panne d'idées ? Voici la dose d'inspiration qui vous manquait. *100 recettes de soupe - Hachette 5€95*





Parce que parfois l'envie de cuisiner nous fait défaut, Giraudet nous a mitonné une recette aux petits oignons !
Soupe Potimarron noisette Giraudet 6€10 les 50 cl



SPOTTED

Okko Hôtel

4 étoiles et pas un nuage

Testé il y a quelques mois, nous sommes tombés sous le charme du concept OKKO hôtel. Outre la décoration design et colorée, l'hôtel propose surtout une offre tout-compris digne d'un 4 étoiles. L'ensemble des services proposés, du petit-déjeuner en passant par la vidéo à la demande et les en-cas dans la journée, sont en effet inclus dans le tarif de réservation de la chambre. Un véritable luxe pour les clients qui jouissent d'une liberté, leur donnant presque l'impression d'être à la maison... Comme quoi, conjuguer liberté et convivialité n'est finalement pas si compliqué !

Paris - Lyon - Bayonne - Cannes - Nantes - Grenoble > www.okkohotels.com



NEW IN

↘ Toujours à l'affût des dernières tendances, nous vous avons déniché de nouvelles marques que nous avons immédiatement référencées dans notre boutique : Lipault, Sabatier, Meirstersinger, Manufactori, La petite attention... Les essayer, c'est les adopter !

Qui a dit que...

la nostalgie ne faisait pas vendre ?
Le jeu "Pokemon Go", produit par Nintendo, a été téléchargé plus de 75 millions de fois durant les 3 premières semaines qui ont suivi sa sortie.



GEEKERIE



A l'approche des premiers départs pour les pistes, l'application 4riders pourrait bien vous être utile. Disponible gratuitement sur iOS et Android, cette appli de géolocalisation mobile sur domaine skiable, propose à tous les passionnés de glisse, de nombreux services pratiques : navigation 3D du domaine, guidage et localisation des membres du groupe, informations sur la qualité des pistes...



COUP DE COEUR

Quand le design n'est plus réservé qu'aux adultes

Évolutive, ludique et pratique, la jeune marque de mobilier anglaise Dot and Cross a tout bon. On aime à la fois le look soigné et les finitions élégantes, mais aussi l'ingéniosité des designers qui réussissent à faire vivre ensemble une ligne ludique et pratique. Ici tout est modulable, transformable, afin de suivre l'évolution de l'enfant à mesure qu'il grandit.

> www.dotandcross.com



TENDANCE

Le bricolage surfe sur la vague du DIY

La déferlante du Do it Yourself autrement dit le « c'est moi qui l'ai fait ! » a boosté le marché du bricolage. Seuls ou en couple, les français n'hésitent plus à sortir leurs boîtes à outils pour concevoir leur mobilier. Si la majorité des consommateurs se lance dans cette activité par motivation économique, plus d'un tiers d'entre eux affirme rénover pour « déconnecter à travers un hobby ». Les grandes enseignes du type Castorama ou Leroy Merlin s'emparent de cette tendance en proposant à leurs clients des ateliers créatifs.

LA BELLE IDÉE

Idé-cologie

Idécologie est une belle initiative qu'on souhaitait partager avec vous. Le concept ? Abonnez-vous et recevez chaque semaine dans votre boîte mail un condensé d'idées et d'astuces pour améliorer vos gestes au quotidien et agir sur l'environnement.

> www.idecologie.net



Back to 80s'

Vous n'avez jamais oublié votre premier jeu Mario sur Nintendo ? Bonne nouvelle la mythique console NES revient le 12 novembre en version mini avec 12 jeux intégrés.

L'OBJET DU DÉSIR



Dernier-né de la famille Instax, l'Instax Mini 70 remet au goût du jour l'autoportrait instantané argentique.

Appareil photo Instax Mini 70 - 129€

go green

A la rentrée c'est décidé, on trinque bio avec ce thé vert à la menthe **(Clipper - 2,90€)** ou ces jus de fruits et légumes pressés à froid de manière artisanale **(Nubio - 12€)**. Côté papilles, c'est dans le très beau livre de la Guinguette d'Angèle que l'on va piocher toutes nos idées **(Délicieusement Green, Ed. Marabout - 16,90€)**.



À DÉGUSTER



Chaud

Le nouveau service de livraison food à domicile, Chaud, chaud, chaud, risque fort de concurrencer les acteurs parisiens. La promesse ? Des plats de qualité gastronomique à prix bistro, livrés chez vous en 20 minutes. > www.chaudchaudchaud.com



À MÉDITER

Les marques misent sur l'éthique

Devant des consommateurs en attente de transparence et d'authenticité, les marques multiplient les initiatives en matière de développement durable. En témoigne celle d'Habitat qui s'associe à des artisans soutenus par l'ONUDI (Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel) pour élaborer ses collections. Les marques de cosmétiques ne sont pas en reste à l'instar de Guerlain, qui a lancé cette année sa marque Cha Ling, vision moderne du luxe-écolo. Même la mode s'y met ! Après avoir été à l'initiative du minimaliste haut-de-gamme, la marque de prêt à porter, H&M mise depuis peu sur des vêtements recyclés, pour créer une mode « plus durable ».

Transat vous ouvre ses pages

Des actualités, des idées de sujets ou des découvertes à partager ?
Ecrivez-nous à info@loyaltyreward.fr

À VOS AGENDAS

Du 16 au 20 novembre

Salon Créations et Savoir-Faire - Paris

Créations & Savoir-Faire c'est le salon du Do It Yourself où venir pour s'imprégner des dernières tendances, faire le plein d'idées et dénicher tout son matériel. Venez flâner et profiter d'animations exclusives, mais également de plus de 500 ateliers DIY pendant les 5 jours du salon.

> www.creations-savoir-faire.com

Du 5 au 8 janvier 2017

International CES - Las Vegas

Du 5 au 8 janvier prochain, le Consumer Electronic Show (CES), salon mondial de l'innovation, revient pour sa 50ème édition. Au programme : 160 000 visiteurs, 3 800 exposants et plus de 20 000 nouveaux produits et solutions technologiques à découvrir.

> www.ces.tech

Du 20 au 24 janvier 2017

Salon Maison & Objet - Paris

Après septembre, c'est au mois de janvier que nous vous donnons rendez-vous une seconde fois au salon Maison & Objet. Décoration, design, meubles, accessoires, textile, fragrances, univers de l'enfant, arts de la table... en fédérant une offre produit à 360°, ce salon est l'occasion de repérer les futures tendances de l'année et de rencontrer de nouveaux créateurs. Ne passez pas à côté de notre résumé dans le prochain numéro de Transat !

> www.maison-objet.com

Un magazine signé Loyalty Reward - www.loyaltyreward.fr

CARNET DE TENDANCES

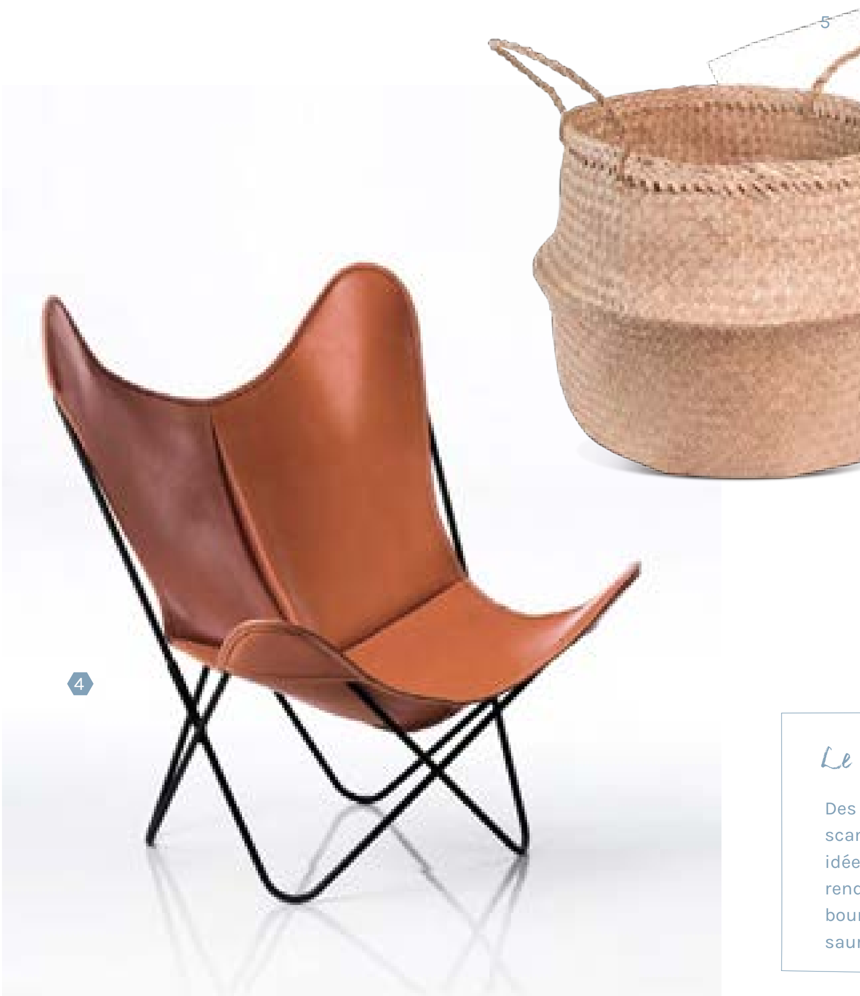
Matières naturelles, teintes pastel, lignes épurées, le design scandinave s'affirme, cette saison encore, comme un style incontournable pour nos intérieurs. **Zoom sur les indispensables à adopter pour une déco 100% nordique.**

Visuel d'ambiance - © House Doctor



HYGGE* OPTEZ POUR LE STYLE NORDIQUE

*Hygge : art de vivre danois prônant les vertus d'un confort simple et chaleureux.



1 / **Mijotée**
Cocotte en Fonte émaillée 20 cm Sisal
Le Creuset - 178,90€

2 / **Allumée**
Suspension en béton et bois,
Designer : Decha Archjananun - 169€

3 / **Silencieux**
Casque à réduction de bruit QuietComfort
Bose - 329,90€

4 / **Rétro**
Fauteuil en cuir naturel
Fabrication française.
AA New Design - 885€

5 / **Pratique**
Panier thaïlandais en fibre végétale H 47 cm
Maison du monde - 16,99€

6 / **Inspiré**
Inspirations Scandinaves, tutos et DIY pour intérieurs nordiques, Carine Keyvan et Anne-Sophie Michat
Éditions Eyrolles - 22€

Le livre

Des envies de déco scandinave mais des idées pas toujours au rendez-vous ? Ce livre, bourré de conseils saura vous inspirer.





1

2

3

↘ *L'idée à piquer...*

La peluche XXL pour une touche déco dans les chambres de nos bouts de chou.

4

5

6

1 / **Sensoriel**
Bouquet parfumé Soliflore Coton 100 ml
Esteban - 24,95€

2 / **Naturelle**
Enceinte bluetooth bleue céramique et bois
Kähler - 279€

3 / **Marine**
Baleine BigStuffed. Plusieurs tailles
Etsy - à partir de 84€

4 / **Éclairé**
Lampadaire bois naturel
Aluminor - 159€

5 / **Gourmand**
Le robot culinaire indispensable aux cuisiniers et aux pâtissiers
KitchenAid - 499 €

6 / **Rêveuse**
Parure Prélude (percale de coton)
Nina Ricci - à partir de 315€

↘ *L'idée à piquer...*

Le plaid tricoté beige qui décore le lit, la déclinaison d'oreillers rose poudré.

7/ **Utile**
Set de 5 ustensiles en bois avec carrousel
Joseph Joseph - 69,99€

8 / **Colorée**
Table basse Eugénie blanche
Hartô - 399€

9 / **Nomade**
Sac de voyage beige Iconic en toile de coton huilée et cuir végétal
S.T. Dupont - 690€

10 / **Vintage**
Radio AM/FM rechargeable par dynamo
Lexon - 57€

11 / **Cocooning**
Plaid micro-fourrure Arthur.
Toison D'or - 35€

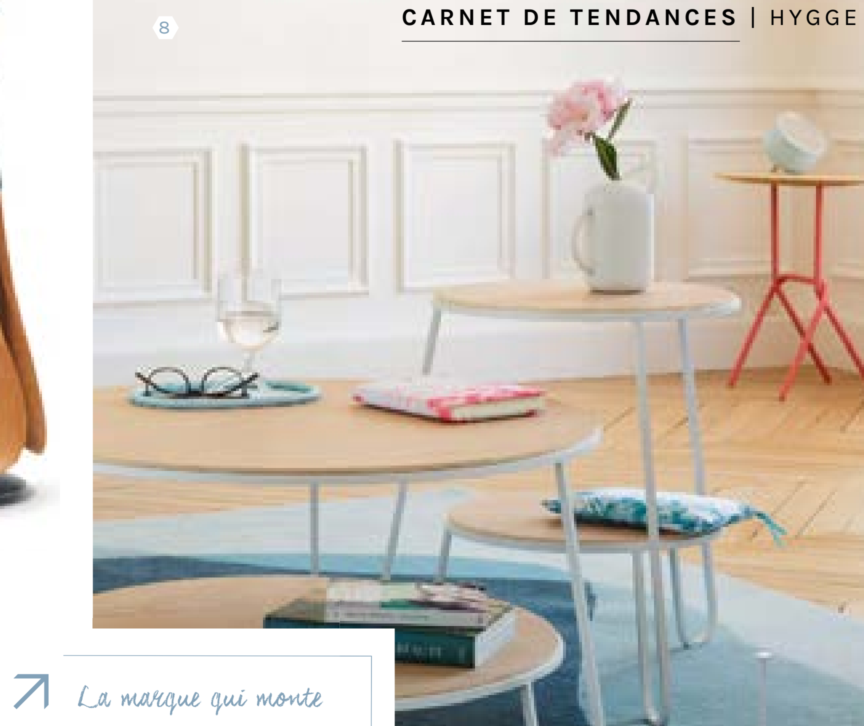
12 / **Organique**
Machine à thé T.O By Lipton
Krups - 179,99€

13 / **Parfumées**
Bougies parfumées, plusieurs parfums
Skandinavisk - 35€

7



8



↗ *La marque qui monte*

Une gamme de meubles astucieuse et colorée pour des intérieurs joyeux c'est le credo de la marque Hârto à découvrir en page 22 de ce numéro.

9

10

11

12



13





Comment participer ?

Rendez-vous
jusqu'au 25 novembre 2016 sur
http://bit.ly/magazine-transat1
Règlement disponible sur le site

* Gain 1 : Handbag Monplaisir jaune lux
Gain 2 : Zip Wallet noir
Gain 3 : Mini porte-monnaie foulonné gris

SABATIER 1947

Sabatier 1947, plus qu'une marque, une véritable histoire à partager.

Fondé en 1947 à Lunel, le petit atelier de cartables devient en quelques années une marque référente dans l'univers de la maroquinerie. En quête permanente de l'élégance naturelle dédiée à la femme moderne, la marque est aujourd'hui distribuée partout en France, et dans des pays comme la Suisse, la Belgique ou le Japon. Dans les années 90, Sabatier 1947 assoit sa notoriété auprès des plus grandes marques qui passent commande de collections spéciales respectant le savoir-faire de la maison. La marque continue aujourd'hui son développement en gardant comme ligne de conduite style, qualité et élégance.

WISHLIST

QUAND JE SERAI GRAND JE SERAI...

Qu'ils soient sportifs, globe-trotteurs, branchés ou écolos, trouver le cadeau qui leur fera plaisir n'est jamais chose aisée. À l'approche des fêtes de fin d'année, toute l'équipe de Loyalty Reward s'est mobilisée pour vous aider dans cette quête du Saint Graal, en sélectionnant pour vous 25 idées cadeaux afin de faire mouche à coup sûr !



Globe trotteur

Porte-Passeport - 89€

Un porte-passeport pour passer la douane sans complication : tirez sur la languette et saisissez votre passeport en un clin d'œil. Accompagné d'un petit stylo, d'un insert pour carte d'embarquement et de deux accès rapides pour carte de crédit.

Bellroy



Valise Cosmolite Spinner Copper Blush - 399€

Fidèle à l'ADN de la collection best-seller Cosmolite, Samsonite réinvente ce classique fabriqué en Curv® en modernisant son design et en y apportant les dernières technologies. H : 69 cm.

Samsonite

Sac à dos London - 85€

Le sac Eastpak a longtemps été le it bag incontournable de toute une génération. Quelques années plus tard on redécouvre avec plaisir ce nouveau modèle, désormais taillé pour notre quotidien, avec un compartiment spécialement pensé pour nos ordinateurs. Cette fois c'est sûr, avec son look résolument hipster, à la ville ou en randonnée, ce modèle ne nous quittera plus !

Eastpak





Enceinte nomade Go - 28,90€

Cette enceinte nomade saura vous séduire par son format réduit et sa légèreté (130 g). Dans un monde où le style et l'audio vont de pair, la GO JBL est le compagnon idéal.

JBL



Chargeur Mont Blanc Monsieur Z - 39€

Finis les problèmes de batterie ! Compatible avec tous les smartphones, ce chargeur nomade Accoo fait rythmer finesse et performance, design et simplicité.

Accoo

Destination Travel Caroline Gomez - 14€

Berlin, Helsinki, Stockholm, Barcelone, Paris, Londres... autant de villes qui se dévoilent à travers les yeux de ceux qui la visitent. La collection Destination Travel entre dans l'intimité d'une ville et part à la rencontre de gens passionnants.





Esquire Mini - 169€

Élégance, sophistication et portabilité font de cette enceinte sans fil au son exceptionnel, un compagnon de voyage indispensable pour le travail ou les loisirs.

Harman Kardon



Sac besace Mandalay - 339€

Besace en cuir d'agneau souple et grainé à rabat aimanté. 3 poches intérieures : une zippée, une plaquée et une pour le téléphone portable. Bandoulière réglable et ajustable.
Dim : 31 x 31 x 11 cm.

Mac Douglas



BRANCHÉ

Montre Homme Dapper Durham - 219€

Le modèle Dapper Durham complète parfaitement toutes les garde-robes et sied à tous les styles. Avec ses détails sophistiqués, elle vous apportera à chaque instant une exquise touche d'élégance.

Daniel Wellington



Bracelet Massai - 110€

Jonc doré, habillé de fils de couleurs en polyester et de fils dorés. Accordant végétal et animal, organique et minéral, le bracelet Massai invite au voyage.

Gas Bijoux



Petit fauteuil AAC23 - 429€

L'ambition du designer Hee Welling pour la marque Hay était de concevoir une chaise d'une simplicité évidente. Pari réussi avec cette chaise qui combine forme, confort, détail et esthétique.

Hay



Huile Bio barbe et visage prune et noisette 50 ml - 19€

Parfum léger et discret aux notes fruitées et aromatiques. Huile 100% bio et naturelle.

Le Baigneur

Montre femme Classic Canterbury Medium - 139€

Inspirée par les classiques couleurs des drapeaux, ce bracelet rouge, bleu et blanc symbolise la mode américaine intemporelle du luxe sans ostentation. Le bracelet ludique, associé à un boitier fin, épuré et élégant, fait de cette montre l'accessoire idéal pour un style branché. Son système de bracelets interchangeables, vous permet de disposer d'une montre unique pour chaque jour de la semaine.

Daniel Wellington

VTT Rockrider 340 B'twin - 199,99€

Le 1er vrai VTT de rando : confortable par sa position relevée et sa suspension avant, efficace grâce à son cadre aluminium léger et ses 21 vitesses. **Décathlon**




Montre GPS Spark 3 Cardio - 199€

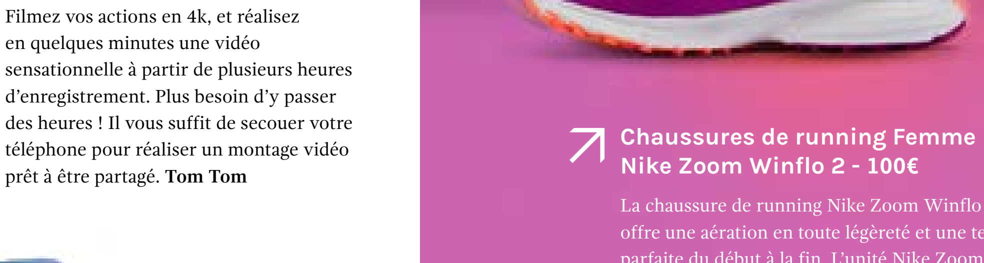
Une montre conçue pour les sportifs ! Avec le cardio-fréquencemètre, entraînez-vous dans la zone de fréquence cardiaque la mieux adaptée à vos objectifs. Grâce à son mode Multisport, mesurez l'ensemble de vos activités physiques : nombre de pas, distance, durée d'activité, calories brûlées, sommeil et fréquence cardiaque. **Tom Tom**

SPORTIF



Caméra d'action Bandit pack Aventure - 299€

Filmez vos actions en 4k, et réalisez en quelques minutes une vidéo sensationnelle à partir de plusieurs heures d'enregistrement. Plus besoin d'y passer des heures ! Il vous suffit de secouer votre téléphone pour réaliser un montage vidéo prêt à être partagé. **Tom Tom**



Chaussures de running Femme Nike Zoom Winflo 2 - 100€

La chaussure de running Nike Zoom Winflo offre une aération en toute légèreté et une tenue parfaite du début à la fin. L'unité Nike Zoom Air offre un amorti performant tandis que les rainures flexibles vous permettent de bouger naturellement tout au long de la course.

Nike

Masque Flight Deck - 159€

Inspiré par les visières de casque de pilotes de chasse, ce masque de ski maximise votre champ de vision de sorte que vous ne manquerez pas un seul détail du relief.
Oakley



Coffret Cadeau équipe de france de football - 99,90€

Avec StadiumBox, vous pouvez enfin offrir des places pour un match en étant certain(e) de ne pas vous tromper, et pour cause : vous ne choisissez pas aujourd'hui le match pour le bénéficiaire puisque c'est lui qui fera ce choix ! **Stadium Box**

Mangez de saison, C. Solomon - 16,90€

Carrie Solomon nous propose de faire attention à notre alimentation en achetant des produits locaux de saison. Une approche environnementale, authentique pour réduire notre empreinte carbone et manger plus sainement à un prix juste. **Ed. de la Martinière**



Thé blanc Bio mangue passion 70 g - 17€

Un thé blanc White Downy délicat, à la saveur envoûtante de mangue et aux notes acidulées de fruit de la passion, parsemé de fleurs de souci. **Lov Organic**



écolo



BIO

Coffret beauté BIO - 54€

Ce prestigieux coffret renferme les deux soins phares de la marque Océopin (huile sérum bio 15 ml + poudre exfoliante corps bio). Le format idéal à (s')offrir pour un rituel beauté bio, visage et corps. **Océopin**

Jardinière d'intérieur - 20,90€

Cultiver du basilic sans sortir de chez soi, c'est là toute la promesse de Foodie Garden. Chaque kit comprend un récipient métallique, des pastilles de fibre de coco (qui remplacent le terreau) et des semences.

Foodie Garden



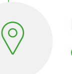
Extracteur de jus - 449€

Grâce à sa vitesse lente, son goulot extra large et à son excellente qualité d'extraction, l'extracteur de jus Kuvings B9400 est devenu une référence en matière de juicer pour particuliers et professionnels.

Kuvings

Dodow - 39€

Dodow est une solution innovante et lumineuse ! Ce drôle de petit objet à poser sur sa table de chevet projette au plafond un faisceau lumineux : la clé des songes pour tous ceux à qui le sommeil fait défaut ! **Dodow**



Retrouvez dès à présent retrouver tous les produits de cette sélection dans notre boutique de récompenses dédiée aux professionnels : le LoyaltyStore bit.ly/loyalty-store



HARTÔ DESIGN OPTIMISTE

"NOUS NOUS INSCRIVONS DANS UN STYLE RÉSOLUMENT SCANDINAVE MAIS EN APPORTANT PLUSIEURS TOUCHES DE COULEUR"

Parce que leurs meubles sont beaux, parce que leurs collections sont uniques ou tout simplement parce que leur optimisme est contagieux, nous avons souhaité vous faire découvrir Hartô, une marque d'éditeur de mobilier, dont vous risquez très vite de devenir fan.

Rencontre avec Amandine Merle, co-fondatrice de la marque.



HARTÔ

HARTÔ MOBILIER ASTUCIEUX ET COLORÉ POUR INTÉRIEURS JOYEUX

Entre esprit scandinave et look rétro, le mobilier Hartô mixe le bois naturel à une large palette de couleurs. Chaque pièce est le fruit d'une **recherche d'équilibre, entre élégance et fonctionnalité.** C'est pour cela que leur créativité se nourrit du quotidien pour proposer de belles pièces qui ont cette touche fonctionnelle en plus.

2011
Création de la marque Hartô

+ de 20
designers indépendants

258
Happy meubles designés

" DÈS LE DÉPART, NOUS VOULIONS DU MOBILIER HEUREUX, JOYEUX "

Parlez-nous un peu d'Hartô…

A.M. Nous sommes un éditeur de mobilier, un métier peu connu mais qui a réellement émergé au cours de ces cinq dernières années sur le marché français. Notre rôle est de faire le pont entre d'un côté le designer, le créatif et de l'autre la clientèle.

Comment définiriez-vous le style d'Hartô ?

A.M. Nous nous inscrivons dans un style résolument scandinave en apportant plusieurs touches de couleur. Un style scandinave plus frais, plus peps. Dès le départ, nous voulions du mobilier heureux, joyeux… ce sont vraiment les mots clés qui caractérisent notre ligne éditoriale. Nous sommes parfois un peu pris en étau entre la volonté d'être créatif, différenciant et la volonté d'être utile. Parce que trop utile n'est pas notre rôle, certaines marques le font très bien à des prix qui défient toute concurrence tandis que les clients achetant du mobilier d'éditeur, recherchent certes de l'utile mais aussi de l'esthétisme, du beau. Bref un coup de cœur !

Alfred, Eugénie, Georges, d'où viennent les prénoms que vous donnez à chaque pièce ?

A.M. Cela est venu naturellement, parce qu'au début l'un de nos designers avait baptisé sa pièce du nom de « Josette » et nous avons ensuite tiré le fil pour l'ensemble de la collection. Ces prénoms retranscrivent bien d'ailleurs la philosophie d'Hartô, la bonhomie que nous souhaitions donner à nos pièces, tout en facilitant l'appropriation par chacun. Même nos clients disent souvent « j'aimerais acheter un Gaston » et cela crée une certaine proximité, un attachement… envers nos produits.

Racontez-nous comment se déroule la collaboration avec les designers ?

A.M. Il existe deux types de collaboration avec nos designers. La première, plus rare, est un projet qui nous est envoyé spontanément et qui nous plaît. Il s'intègre alors parfaitement à notre collection. A l'inverse, le deuxième cas de figure va consister à rédiger un brief. Nous allons voir un designer avec lequel nous aimerions travailler et nous lui décrivons de façon très précise nos besoins en termes de typologie, d'usage, de ligne éditoriale…

Et avec les revendeurs ?

A.M. Nous avons une stratégie de distribution avec plusieurs canaux : des revendeurs physiques, web, notre propre site qui joue aussi le rôle de revendeur digital et depuis peu, nous avons notre showroom à Paris où nous invitons nos clients professionnels. Nous avons donc plusieurs canaux de distribution sur lesquels nous pouvons jouer et c'était notre volonté d'offrir plusieurs expériences, en faisant en sorte que le client final puisse nous trouver plus facilement et choisir son canal d'achat en cohérence avec le positionnement de la marque.

De quelle façon vos clients perçoivent-ils la marque Hartô ?

A.M. Je pense que nous avons bien réussi à véhiculer cette idée de bonne humeur, de gaieté et quelque part de modestie parce que jouer avec des couleurs aussi vives ne fait pas du tout partie des codes du haut de gamme et du luxe. Cela montre que nous sommes libres en terme de créativité, tout en restant accessibles.

Quelle est la partie qui vous émerveille le plus dans votre travail ?

A.M. Il existe plusieurs parties sur lesquelles je prends du plaisir et avec le temps, elles changent un peu… mais celle où je ne me lasse vraiment pas c'est la partie fabrication. Nous avons un partenariat très fort avec un fabricant qui réalise la majorité de nos productions et c'est devenu un partenaire de tous les jours. Le fait de pouvoir échanger quotidiennement sur nos prototypes en cours, sur l'évolution ou l'amélioration d'une pièce, et de voir un meuble prendre vie… c'est vraiment la partie la plus excitante pour moi !

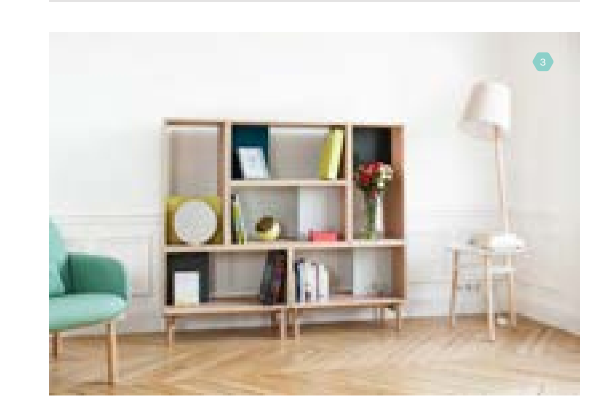
Des projets futurs ?

A.M. Actuellement, nous sortons des nouveaux produits tous les 6 mois et sommes en train de réfléchir à des lancements plus réguliers tout au long de l'année. Le showroom a été aussi un gros projet pour nous. L'ouverture datant du mois de mars, nous exploitons beaucoup ce lieu, avec de nombreux projets sympas pour le faire vivre et lui donner une réelle dynamique. En parallèle, nous sommes aussi sur un projet de collection adaptée au travail. Cette offre s'adresse à une cible plutôt jeune, agile qui souhaite quelque chose de moins stricte que du mobilier de bureau traditionnel.



UN CONSEIL DÉCO ?

Utilisez la peinture pour mettre en relief une irrégularité, un détail… Il faut mixer le bois avec des couleurs vives. Je conseille généralement de rester prudent sur les grandes pièces mais de jouer sur la couleur au niveau des petites pièces ou des accessoires textiles.



1 Ouvert en 2016, le showroom Hartô est un véritable lieu d'échange et de convivialité où les pièces prennent vie sous le regard joyeux des visiteurs.

2 Signifiant "en avoir marre, être lassé de" en espagnol, Hartô souhaite apporter un renouveau dans la consommation de meubles.

3 En mixant matières et teintes, la marque s'inscrit dans un style scandinave plus frais.

Avant de nous quitter, dites-nous quel a été votre dernier objet coup de cœur ?

A.M. Mon dernier achat est un fauteuil Red Edition jaune mimosa. Ils ont ce style scandinave des années 50's qu'on retrouve aussi chez Hartô. J'ai également acheté des chaises à barreaux sur le Bon Coin que j'ai repeintes moi-même et j'en suis assez fière [Rires.].



Hartô Design
52 rue de Turbigo, 75003 Paris
www.hartodesign.fr



TOUS CONNECTÉS ?

DOSSIER | TOUS CONNECTÉS ?

On a rien vu venir et pourtant on nous annonce qu'ils seront 50 milliards en 2020. Loin d'avoir encore révélé tout leur potentiel, les objets connectés fourmillent dans tous les univers de consommation et s'immiscent dans notre quotidien. Véritable révolution pour certains, simple effet de mode pour d'autres, ce qui est sûr c'est qu'ils ne manquent pas de bouleverser nos usages.

Imaginez… Il est 7h05, votre réveil sonne et vous êtes en pleine forme, le sourire aux lèvres… comme tous les matins depuis plusieurs jours d'ailleurs. En fait, votre capteur de sommeil a détecté le moment idéal où il fallait vous réveiller, en glissant en guise de sonnerie, la musique qui s'adapterait le mieux à votre humeur. Une fois les yeux bien ouverts, votre smartphone vous aura désigné la tenue la plus appropriée pour cette journée. Appropriée parce que ce choix découlera de la météo du jour, de votre agenda (réunion avec le boss ?) et même de votre armoire ou plutôt ce qu'il vous reste en stock. En vous dirigeant dans la cuisine, votre cafetière, connectée elle aussi, vous aura préparé le café parfait ; et au moment de le boire, elle vous rappellera de commander des dosettes via la commande vocale intégrée. Votre voiture intelligente passera ensuite vous prendre au bon moment parce que reliée à Google Maps, elle saura de façon très précise le temps de circulation nécessaire. Pendant le trajet, votre smartphone vous rappellera par notification push l'anniversaire de votre fils, accompagnée d'une sélection cadeaux. Moins d'une heure s'est passée entre tous ces événements et vous avez sûrement eu l'impression d'être plongé(e) dans un livre de science-fiction ? Pourtant cette scène n'est pas si éloignée de notre réalité…

DU RÊVE À LA RÉALITÉ

Si leur utilisation reste restreinte, la majorité des produits connectés cités ci-contre existent déjà. Expresso connecté Prodigio de Krups, capteur de sommeil Aura de Withings, voiture intelligente chez Tesla, puces capteurs RFID pour la gestion des stocks, retargeting publicitaire, technologie de commande vocale chez Amazon etc. Tous ces objets sont ou seront très prochainement commercialisés à grande échelle. *« On sait que l'avenir est sur cette catégorie de produits »*, souligne Charlotte Peltier, responsable du secteur objets connectés à la FNAC. L'enseigne a créé un espace dédié dans ses points de vente et lancé il y a plusieurs mois le premier magasin « Fnac Connect ». A contrario, chez Darty, les objets connectés sont des produits comme les autres et donc directement intégrés dans chaque gamme.

IL EXISTE DE VÉRITABLES PROGRÈS TECHNOLOGIQUES QUI RÉINVENTENT NOS USAGES ET FACILITENT NOTRE QUOTIDIEN

Mais quelle que soit la stratégie déployée, tous les géants du secteur tentent de se faire une place sur ce marché prometteur qui récolte les bénéfices de la démocratisation du smartphone et de la généralisation de la connectivité. Selon Cisco, leader mondial des technologies de l'information, 50 milliards d'objets seront connectés d'ici 4 ans, avec une moyenne de 50 objets par famille. Quant au cabinet d'étude IDC, il estime à 1,700 milliard de dollars le marché de l'Internet des objets en 2020 ! Des chiffres conséquents pour un public encore frileux… Après tout, qui d'entre vous possède des objets connectés (hormis son bracelet ou sa montre) et surtout qui sait s'en servir à bon escient ?

GADGET OU RÉVOLUTION ?

Dans sa dernière enquête sur "Les Français et les objets connectés", l'institut Opinion Way dévoile la faible adhésion des consommateurs. Seuls 35 % des Français disent détenir au moins un objet connecté et ils sont plus de la moitié à affirmer mal les connaître !

« Une des raisons pour laquelle les français ne sont pas si à l'aise que cela avec ces objets, c'est qu'il n'y a pas encore un usage qui y est associé. (…) Ils les voient souvent comme des futilités un peu chères, dont ils vont assez vite se séparer », décrypte le Directeur Adjoint d'Opinion Way. En même temps, entre le parapluie intelligent, le barbecue solaire, ou les chaussettes connectées… difficile de faire le tri entre innovations et gadgets.

Pourtant, au-delà de ces exemples, il existe de véritables progrès technologiques qui réinventent ou améliorent nos usages et facilitent notre quotidien. C'est le cas par exemple de la société d'assurance américaine Jiff qui a lancé une plateforme connectée pour inciter les salariés en entreprise à réduire leurs frais. A chaque « bon comportement », les assurés sont gratifiés de points leur permettant de réduire le coût de leur assurance santé. Autre exemple, la SNCF qui réfléchit actuellement à un projet d'étiquette connectée qui préviendrait le voyageur à chaque fois que son bagage s'éloigne de lui sans raison. Tesla, quant à lui, propose déjà un service de maintenance préventive qui permet à chaque véhicule de la marque ayant besoin d'une réparation, de déclencher automatiquement une notification proposant à son conducteur de l'emmener dans un centre Tesla.



1 Masque Neuroon, capteur de sommeil Aura ou encore Dodow, pas de doute, les nouveaux marchands de sable sont aujourd'hui 2.0.

2 Gérer son stock de capsules, programmer un café ou prendre soin de sa machine, tout est désormais possible directement depuis son smartphone.

3 A l'horizon 2021, 90 % des anciens compteurs devraient être remplacés par des compteurs intelligents Linky.





Conjointement à l'optimisation du parcours et de l'expérience utilisateur, les objets connectés peuvent aussi nous aider à développer nos compétences comme les raquettes de tennis connectées Babolat ou l'apprentissage immersif grâce à la réalité virtuelle. Ou encore contribuer à améliorer nos habitudes, comme en témoignent les compteurs intelligents développés par ERDF ou GRDF. Basés sur la consommation des usagers en temps réel, ces appareils permettent de réaliser de considérables économies d'énergies.

« A l'avenir, les fournisseurs de services (assureurs, distributeurs d'énergie...) devront étendre leur business model vers les équipements en amont. Inversement, les fabricants de matériel devront élargir le leur aux services grâce aux datas dont ils peuvent bénéficier. Les chaînes de valeur des entreprises vont donc être profondément modifiées » souligne Ghislain de Pierrefeu, senior manager au sein du cabinet Solucom.

Même sur le marché très réglementé de la santé, les objets connectés se démocratisent, constituant de formidables outils de prévention et de diagnostic. Si cela a commencé avec les bracelets connectés permettant de suivre son activité, ils vont désormais beaucoup plus loin. Tensiomètre, patch pour géolocaliser les patients souffrant de dépendance type Alzheimer, thérapie immersive pour soigner les phobies, pilule pour prévenir les infections post-opératoires... Google serait même en train de travailler sur des lentilles de contact permettant aux diabétiques de surveiller leur taux de glycémie. Véritable bouleversement d'usages, ces objets sont de plus en plus plébiscités notamment chez les personnes atteintes de maladies chroniques qui y voient un moyen d'améliorer leur santé.

LEVER LES FREINS...

Indubitablement, l'Internet des Objets représente une véritable révolution économique, sociale et sociétale. Certains parlent même de 3ème génération du digital après le web et le mobile. Mais quelle que soit sa mise en place, certains freins doivent être levés comme *« le coût d'accès (achat et installation), le côté intrusif et l'expérience utilisateur jugée trop complexe »* cite Fabien Rondeau, Directeur d'études chez GFK.

En parallèle, les contraintes techniques doivent être réduites : autonomie d'usage, connectivité et interopérabilité sont les maîtres-mots d'une expérience fluide et optimisée. Pour y parvenir, les acteurs du marché doivent opérer des alliances stratégiques et créent leur propre « hub » numérique, à l'instar d'Apple avec « Smart Home » qui regroupe une offre globale dédiée à la maison connectée. Ou Amazon avec Ford dont le partenariat vise à faire communiquer voitures et maisons connectées. Une véritable dynamique de groupe s'opère alors, laissant place à une innovation en écosystème qui favorise la connexion des objets entre eux.

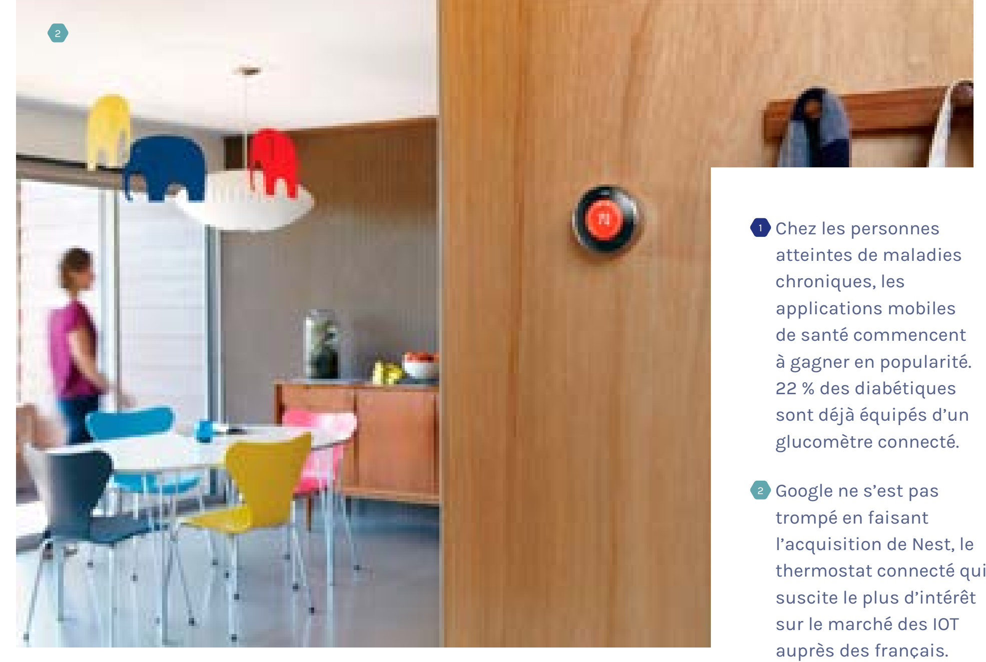
Enfin, la communication associée à ces objets doit être renforcée : le rapport coût / bénéfice, la confidentialité des données et la valeur ajoutée du produit doivent être mis en exergue, loin devant l'innovation technologique.

...POUR MAXIMISER L'EXPÉRIENCE

En tant que facilitateur du quotidien, ces objets connectés doivent en effet être plus accessibles, faire preuve de transparence dans l'utilisation des données personnelles, et surtout mettre l'utilisateur au centre. *« Si auparavant, il s'agissait surtout de savoir ce qu'il était possible de faire technologiquement, on se demande désormais ce qui a du sens »* précisait récemment le Chief Economist de la structure organisatrice du salon de l'innovation technologique, le Customer Electronic Show.

De la même façon que les contenus proposés sur le web, les objets connectés doivent intéresser, apporter de l'utilité et savoir évoluer au gré des nouveaux usages et modes de consommation. L'enjeu pour les marques consiste alors à contourner la dimension technologique au profit de l'utilisation, non seulement en sensibilisant les consommateurs à ces nouveaux usages, mais aussi en personnalisant la relation client dans une approche omnicanale.

Bien sûr, vous continuerez à utiliser fréquemment votre smartphone ou votre radio-réveil mais profiterez en même temps de ces nouveaux objets. Du moins, de ceux qui vous apportent un réel bénéfice personnel comme le capteur de sommeil, la tv connectée, le GPS intelligent... mais peut-être pas le gilet connecté à vos publications Facebook. En d'autres termes, lorsque votre frigo commandera automatiquement de la viande, cela ne vous empêchera pas de vous rendre chez votre boucher le samedi matin. De même, si vous avez un agent virtuel qui vous propose une sélection cadeaux pour l'anniversaire de votre conjoint(e), vous continuerez à rechercher par vous-même LE cadeau idéal, celui qu'elle ou il vous a soufflé dans la vie réelle... parce que pour être connecté, il faut d'abord savoir se déconnecter !



1 Chez les personnes atteintes de maladies chroniques, les applications mobiles de santé commencent à gagner en popularité. 22 % des diabétiques sont déjà équipés d'un glucomètre connecté.

2 Google ne s'est pas trompé en faisant l'acquisition de Nest, le thermostat connecté qui suscite le plus d'intérêt auprès des français.

La maison de demain c'est déjà aujourd'hui...

La maison est elle aussi devenue intelligente et nous obéit aujourd'hui au doigt et à la voix. Alarme 360°, frigo connecté, commande vocale automatique, prise intelligente... Tout se programme désormais à distance et se pilote depuis son smartphone. Zoom sur 5 objets connectés à adopter en 2017.



Le frigo du futur ?
Plus besoin de préparer votre liste de course, ni même de vous rendre en supermarché. Avec ses 3 caméras et un grand écran tactile connecté, faites vos courses depuis votre frigo ! **Family Hub by Samsung - env. 4 500€**



Prenez le contrôle de votre chauffage !
Un thermostat intelligent qui s'adapte à vos habitudes et ne chauffe que lorsque c'est nécessaire, vous faisant réaliser ainsi de précieuses économies. **Netatmo - 179€**



Plus qu'une caméra de sécurité
Branto est un hub domotique, capable de s'interconnecter et de prendre le contrôle des autres objets intelligents de la maison. **Branto - env. 270€**



La douche intelligente
Eva est un boitier intelligent qui connecte le pommeau de douche au smartphone pour contrôler sa consommation d'eau et réaliser des économies. **Evadrop - env. 180€**

Un magazine signé Loyalty Reward - www.loyaltyreward.fr



Quand la réalité virtuelle,
redessine les frontières du réel



QUAND LA RÉALITÉ VIRTUELLE NOUS EMBARQUE

Selon Gartner, la réalité virtuelle - technique consistant à immerger l'utilisateur à l'intérieur d'un univers à l'aide d'un casque adapté - va connaitre son apogée d'ici 5 à 10 ans. Goldman Sachs estime même que son marché pourrait dépasser celui de la télévision. Parmi les précurseurs, notons Samsung et son casque de VR ou encore Sony qui vient de lancer sa PlayStation VR pour des jeux en totale immersion. Si les applications restent majoritairement ludiques, de nombreuses marques capitalisent sur cette technologie pour améliorer l'expérience proposée (le New York Times et ses reportages 360°), visualiser un produit avant l'achat (Orange et sa nouvelle LiveBox), se former (voir l'interview de Serious Factory ci-contre) ou encore soigner des maux avec la cyberthérapie. ⓐ

3 questions à

William Peres

Fondateur et PDG de Serious Factory, société spécialisée dans l'Immersive Learning, aussi appelée formation professionnelle par la réalité virtuelle.

Quel est votre rapport aux objets connectés et à la réalité virtuelle ?

William Peres Avant Serious Factory, je travaillais chez Dassault Systèmes, je baignais donc déjà dans l'univers de l'innovation technologique et de la 3D. J'ai quitté Dassault car je voulais aller plus loin que la conception de produits. Je souhaitais réaliser les outils d'aide à la vente permettant de mieux maîtriser et vendre ces produits. C'est la raison pour laquelle j'ai créé Serious Factory et la suite logicielle VTS pour le Digital Learning. Grâce à l'apport de la simulation et des nouveaux supports comme les casques de réalité virtuelle, nos clients sont plongés dans des situations réelles dans lesquelles ils mettent en pratique leurs connaissances.

Qu'est-ce qui vous plaît dans ce domaine ?

W.P. Principalement deux choses (et là je parle au nom de l'équipe) : le fait de pouvoir travailler dans tous les secteurs d'activité et d'être précurseurs dans le domaine. Nous sommes au début d'une nouvelle ère et il est fort probable que demain, nous nous dirigeons vers des hologrammes et tout ce que l'on a pu entrevoir dans les films de science-fiction...

Mais avec toutes ces nouvelles technologies, l'humain ne risque-t-il pas de s'isoler davantage ?

W.P. Non au contraire puisque ces nouvelles technologies permettent de se retrouver dans la vie réelle. Notre objectif n'est en aucun cas de remplacer l'humain mais de démultiplier ses capacités et de le rapprocher des autres. Je reste persuadé que plus le monde deviendra technophile, et plus l'humain aura sa place !

> Retrouvez l'interview dans sa globalité
sur www.loyaltyreward.fr *Rubrique Actus*



Alice a 27 ans, elle habite à Lille et travaille comme graphiste freelance depuis 2012. L'appareil photo toujours à portée de main, elle partage sur son blog Tippy, ses voyages et bonnes adresses.

www.tippy.fr



PASSEZ L'AUTOMNE À

COPENHAGUE

Blogueuse passionnée de voyages, Alice est tombée sous le charme de Copenhague. Architecture, écologie et gastronomie, elle nous emmène découvrir ses bonnes adresses au cœur de la plus cosmopolite des capitales scandinaves. *Suivez le guide…*

Copenhague. Pourquoi avoir choisi cette destination ?

Alice Chartrain À l'approche des fêtes de fin d'année, nous avions envie d'un petit séjour dans une capitale nordique pour un week-end entre copines. Le froid, les traditions et l'esprit de Noël ainsi que la lumière douce de ces villes du Nord en hiver rendent l'ambiance magique. Stockholm ? Oslo ? Notre choix s'est arrêté sur Copenhague un peu grâce aux billets d'avion très accessibles. Un heureux hasard puisque j'avais depuis longtemps envie d'aller découvrir la capitale danoise.

Un mot pour définir Copenhague ?

A.C. Je dirais, sereine. Ce n'est pas le mot qui fait le plus rêver mais c'est vraiment ce qui m'a marquée.

Parlez-nous des habitants…

A.C. Les Copenhaguois sont tous beaux et bien habillés ! Ils ont l'air décontractés et tranquilles. Ils ont tous un vélo qu'ils n'attachent presque jamais lorsqu'ils vont faire des courses. Les parents laissent leurs bébés dans les poussettes sur le trottoir lorsqu'ils s'arrêtent dans un coffee pour prendre un latte (…)



Crédits photo : Alice Chartrain



« Avoir le style d'un hipster, se déplacer à vélo, boire du café et dîner à 18h des smørrebrød »

(...) Les enfants portent des combinaisons de ski dans la rue. Les appartements n'ont ni rideau, ni volet et les voisins n'y prêtent aucune espèce d'importance. Je crois que ce qui les définit le mieux est sans doute la bienveillance.

Quel est le secret le mieux gardé de cette ville ?

A.C. Peut-être cette culture hygge qui est propre aux danois. Une atmosphère particulière que l'on aurait bien du mal à décrire mais qui est pourtant innée là-bas : vivre un moment cosy avec ses proches, en toute intimité, en toute simplicité, apprécier les petits bonheurs du quotidien autour d'un café et de la flamme d'une bougie, prendre le temps de partager...

Qu'est-ce qui surprendrait un nouveau venu ?

A.C. Peut-être cette ambiance si calme dans les rues alors que l'on est dans une capitale. Ça doit être une caractéristique commune aux grandes villes scandinaves, j'avais eu ce même sentiment à Oslo. C'est tellement apaisant en comparaison de nos villes françaises.

Quels sont tes endroits préférés à Copenhague ?

A.C. Je n'ai pas eu le temps de la parcourir en entier mais j'ai beaucoup aimé le quartier Frederiksberg pour ses nombreux cafés douillets, les élégantes échoppes de fleuristes et les boutiques de décoration scandinaves. Le joli port de Nyhavn très coloré ainsi que l'ambiance si conviviale de PapirØen.

Dans sa valise pour Copenhague, qu'est-ce qu'on emporte ? Et qu'est-ce qu'on ramène ?

A.C. Un appareil photo bien sûr ! En hiver, on n'oublie pas non plus des gants et un bon manteau. Et surtout... une deuxième valise (vide) pour rapporter de la déco de chez Søstrene Grene ou des boutiques de petits créateurs : coups de cœur obligés dans chaque magasin de la ville !







Comment passer pour un Danois ?

A.C. Avoir le style d'un hipster, se déplacer à vélo, boire du café et dîner à 18h, des smørrebrød forcément !

Aurais-tu un dernier conseil pour les voyageurs se rendant à Copenhague cet automne ?

A.C. Louez un vélo et perdez-vous dans les petites rues pavées aux façades colorées. Les pistes cyclables sont partout et la ville entière roule au rythme des bicyclettes. Je pense que c'est le meilleur moyen pour « vivre la ville » comme les habitants.

Et quel sera ton prochain voyage ?

A.C. Un roadtrip sur l'Île de la Réunion. J'y suis allée enfant et, 20 ans après, j'ai toujours des images fortes des paysages grandioses, des routes de montagne et la saveur des samoussas au bout de la langue ! J'ai hâte de pouvoir y revivre mes souvenirs de gosse.

1 Ipsen & Co, un coffee shop 100% cosy ! (A découvrir en page suivante dans les bonnes adresses d'Alice)

2 Des pizzas au feu de bois et une belle ambiance au Mother

3 Kompagnistrode, une des plus jolies rues de Copenhague

4 Le plus petit hôtel de la ville est aussi le plus mignon.

5 Ces bouquets de baies rouges décorent tous les intérieurs danois.



COPENHAGUE, VILLE VERTE

160
C'est le nombre de kilomètres de pistes cyclables qui traversent la ville

489
c'est le nombre de kilomètres parcourus chaque année par les cyclistes copenhaguois

63%
des Copenhaguois se rendent au travail en vélo

Un magazine signé Loyalty Reward - www.loyaltyreward.fr









1 Une pause réconfortante chez Big Apple

2 La gourmandise préférée des danois : le kanelbulle, une délicieuse brioche à la cannelle

3 Les lumières des cafés douillets, les rues pavées et des vélos un peu partout : bienvenue à Copenhague !

4 Les jolies facades colorées rythment la ville



LES ADRESSES D'ALICE POUR...

MANGER

Mother

Hokerboderne 9, 1712 Kobenhavn V

Ambiance intimiste pour cette pizzeria au cœur du quartier de Vesterbro. Le soir, les tables ne sont éclairées que par des bougies et l'odeur des pizzas cuites au feu de bois embaume tout le restaurant... On s'y sent bien !
> www.mother.dk

DORMIR

Hotel Central

Tullinsgade 1, 1610 Kobenhavn

Certainement une des adresses les plus atypiques de Copenhague. Et oui, cet hôtel ne comporte qu'une seule & unique chambre, de quoi se sentir privilégié non ?
> centralhotelogcafe.dk

PRENDRE UN CAFÉ

Ipsen & Co

Gammel Kongevej 108 - Kobenhavn

Du bois, des coussins colorés et des fourrures sur les chaises, ce coffee shop est ultra cosy. Ici, on s'installe au chaud ou en terrasse avec un délicieux cappuccino et une part de gâteau maison.
> www.ipsenogco.dk

SORTIR

Papiroen

Trangravsvej 14, 7/8, 1436 Kobenhavn

Lieu atypique pour les amateurs de street food, ce marché couvert regroupe une quarantaine de food truck. Ambiance conviviale pour manger sur le pouce, se réunir entre amis autour d'une grande cheminée ou sur les quais face aux lumières de la ville.
> www.copenhagenstreetfood.dk

FAIRE DU SHOPPING

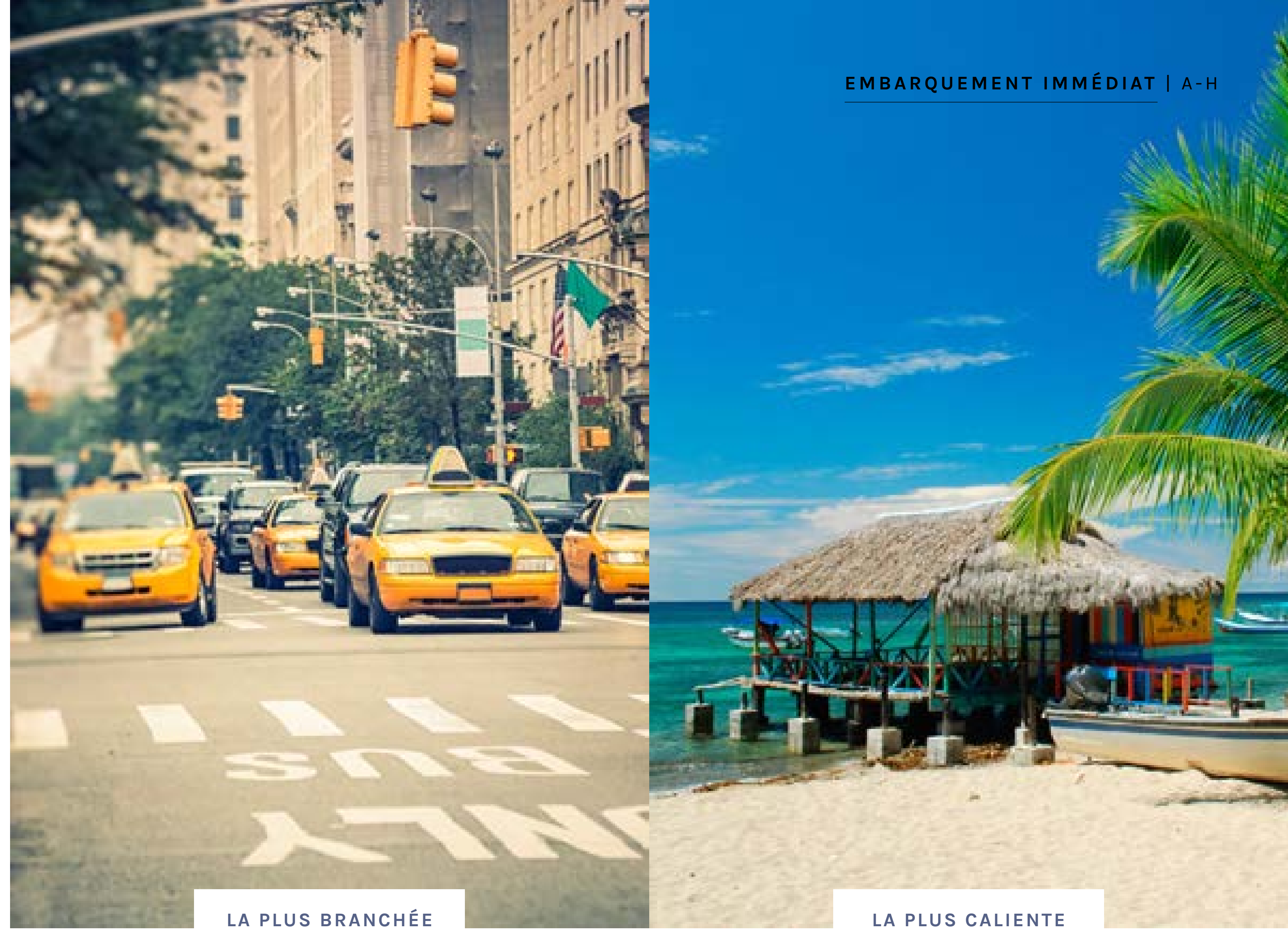
Paper collective

Kompagnistraede 29, 1208 Kobenhavn

Un petit shop en sous-sol dans une des plus jolies rues de la ville. Très belle sélection d'affiches et cartes postales d'illustrateurs ou de photographes. Les créations sont en éditions limitées et sur chaque vente 10% sont reversés à une association choisie par l'artiste. Une bonne raison de craquer !
> www.paper-collective.com

Destination
AILLEURS

Prendre un bain de foule à Times Square, nager avec les dauphins aux Bahamas, rendre visite au Père Noël en Laponie ou se laisser charmer par les paysages millénaires du Japon… Cap sur 5 destinations où il fera bon se ressourcer cet hiver !



LA PLUS BRANCHÉE

NEW-YORK

40° 42' 52'' Nord 74° 00' 22'' Ouest

Voilà des siècles que la simple évocation du nom de cette ville suffit à faire rêver. Promesse de grandeur, de démesure, de réussite, et d'évasion… aucune autre métropole, dans l'histoire récente, n'a cristallisé à ce point l'optimisme, la fascination et les attentes.

Faites les boutiques sur la 5th avenue, courez à Central Park comme un vrai new-yorkais, visitez les quartiers branchés de Soho, admirez le lever du soleil sur le pont de Brooklyn ou assistez à une messe gospel à Harlem… et vous comprendrez pourquoi on la surnomme « la ville qui ne dort jamais ! »



Best cookies ?

Bakery Levain,
167 West 74th Street,
www.levainbakery.com



Paris > New-York
8 heures

Passeport
Biométrique
+ formulaire ESTA

LA PLUS CALIENTE

BAHAMAS

24° 15' Nord, 76° 00' Ouest

Composé de 700 îles qui s'étendent sur plus de 1 000 km de long, l'archipel des Bahamas fait face à la Floride. Derrière leurs airs américanisés vous laissant croire qu'elles ne sont que le prolongement des États-Unis, vous découvrirez bien vite l'autre richesse de ces terres, celle d'un passé bien ancré et dont les traces sont encore largement visibles.

De magnifiques plages de sable fin, accompagnées d'îles verdoyantes, offrent à la destination des allures de carte postale. Mais les Bahamas, c'est bien plus que cela : les pieds dans le sable, un verre de rhum à la main, savourez un bon repas de fruits de mer, le sourire et la chaleur humaine bahaméenne en plus.



L'activité à ne pas manquer ?

La rencontre avec des dauphins sauvages sur un bateau de croisière vers Great Bahama Banks !



On y parle un anglais aux sonorités britanniques

LA PLUS GIVRÉE

LAPONIE

67° 54' Nord, 18° 31' Est

On l'imagine lointaine. Pourtant, la région la plus septentrionale d'Europe est, en avion, plus rapide à atteindre qu'une station des Alpes en voiture depuis Paris. Dans cette région préservée, le plaisir est souvent dans la glisse, à ski ou en traîneau.

La Laponie, c'est aussi Rovaniemi, la ville natale officielle du Père Noël. Située sur le cercle polaire Arctique, Rovaniemi offre un spectacle magique, ressemblant de près à nos rêves d'enfants de grands espaces et de paradis blanc.

Et dans l'assiette ?

On découvre le Poronkäristys, ragoût de renne, servi avec de la purée de pommes de terre



Carte d'identité en cours de validité

Entre -5 et -15° et jusqu'à -30° en cas de grand froid

LA PLUS POÉTIQUE

JAPON

36°Nord, 138°Est

A mi-chemin entre tradition et modernité, le Japon intrigue autant qu'il fascine. Pour mieux le comprendre, il vous faudra vous mêler à la trépidante vie de Tokyo, visiter les temples de Kyoto, gravir le mont Fuji… mais aussi partir à la recherche d'un autre Japon plus secret, plus mystérieux.

Le voyageur au Japon a l'impression de débarquer sur une terre qui lui offre tous les extrêmes : entre la formalité courtoise de l'étiquette et les échanges bruyants qui accompagnent les soirées bien arrosées, entre les galeries marchandes et les fêtes rurales, entre le ski et la détente dans les Onsen, préparez-vous à toutes les surprises…

Vivre à la japonaise…

Le temps d'une nuit, vivez à la Japonaise en dormant dans un Ryokan et partagez la traditionnelle cérémonie du thé



Décalage horaire + 8 heures en hiver

LA PLUS COLORÉE

LE CAP

33°55' 33'' Sud, 18°25' 23'' Est

La ville du Cap se trouve au cœur d'une des plus belles baies au monde. Un cadre époustouflant avec ses falaises qui plongent à pic dans l'océan atlantique et ses plages de sable blanc. On ne peut penser à cette ville sans évoquer l'observation des oiseaux, des requins et des baleines, la dégustation de vins dans la région de Stellenbosch ou encore les routes panoramiques dont la célèbre Chapman's Peak Road.

Capitale sud-africaine de l'art de vivre, de la mode, et de la gastronomie, Cape Town se révèle surtout être une ville branchée, tendance et cosmopolite. L'adage dit qu'une fois qu'on y est venu, on y revient forcément !

Où plonger ?

Du côté de False Bay où les eaux sont plus chaudes que dans le reste de la région



28° de décembre à avril

La monnaie est le rand (R ou ZAR) 1€ vaut env. 18 R

5 conseils

POUR VOYAGER L'ESPRIT LÉGER

n°1 Informez-vous sur les documents nécessaires à votre destination et pensez à numériser vos papiers importants.

n°2 Vérifiez que tous vos vaccins soient à jour, y compris ceux indiqués dans le pays de destination.

n°3 Prenez toujours un peu d'argent liquide avec vous et assurez-vous d'avoir une carte de crédit avec un montant et une autorisation de retrait suffisants.

n°4 Si vous laissez votre maison vide, pensez à couper l'alimentation en eau, sortir les déchets et laisser vos doubles de clés à un membre de la famille ou à un voisin.

n°5 Une fois sur place, déconnectez ! Oubliez ordinateurs, smartphones et tablettes et profitez de vacances bien méritées.



Vous souhaitez en savoir plus sur l'une de ces destinations ?

Ailleurs Voyages
0 811 232 377
(prix d'un appel local)
www.ailleursvoyages.com

Un magazine signé Loyalty Reward - www.loyaltyreward.fr

Mon beau sapin

DIY DECO DU SAPIN

- Pour 20 boules
- 20 minutes
- Difficulté :



MATÉRIEL

- 20 boules en bois (magasin de loisirs créatifs)
- de la peinture de trois couleurs différentes
- un pinceau
- du masking tape ou de l'adhésif de masquage

ÉTAPE 1 Posez une ligne d'adhésif autour de vos boules, en variant l'inclinaison pour obtenir un résultat unique. Le scotch doit bien adhérer du côté où vous allez peindre. Peignez certaines boules en blanc, d'autres en bleu et les dernières en cuivré.

Si vous choisissez des couleurs claires, il vous faudra sans doute ajouter une sous-couche blanche afin qu'elles ressortent bien.





ÉTAPE 2 Laissez sécher puis enlevez l'adhésif pour en repositionner un nouveau qui viendra recouvrir une partie de la peinture précédente de façon à toujours laisser une partie du bois apparente.

ÉTAPE 3 Procédez de la même manière que précédemment tout en variant les couleurs pour obtenir des boules différentes. Laissez sécher et admirez.

Un magazine signé Loyalty Reward - www.loyaltyreward.fr



Gâteaux Mystère

Sarah Vasseghi, Laurent Rouvrais

Coupez une belle part de gâteau piñata, brisez une coque en chocolat, croquez un sablé ou un cake étoilé. Vous y découvrirez peut-être un damier en génoise ou des confettis. Les glaçages et décors en pâte à sucre dissimulent des motifs étonnants (rayures, pois multicolores) ou un cœur garni de douceurs et sucreries (framboises, dragées). Gâteau motif léopard, Cake message caché, Sablé boule de Noël... Le gâteau mystère, c'est une délicieuse surprise dont on dévore aussi le magnifique paquet cadeau ! 40 recettes, avec des pas à pas illustrés et de nombreuses photos.

Ed. de La Martinière, 2016 - 20,90€



JE N'AI QU'UNE PAROLE

Eric Girard

« Ce devait être un coup fatal. Tumeur d'une corde vocale : le cancer du fumeur, moi qui n'ai jamais fumé. Un premier combat puis la récidive, sortie de piste annoncée. Pour un entraîneur professionnel de basket-ball, c'est la mort du métier. Je vais vous raconter un combat pied à pied, une mobilisation générale qui dépasse la saga sportive. Tous rassemblés autour d'une seule voix. Ma voix retrouvée. »

Ed. de La Martinière, 2016 - 19,90€



SNJOR

Ragnar Jonasson

Quand la mort vient frapper aux portes des honnêtes gens.
Un village sans histoire, vraiment ?
Un huis-clos à l'anglaise dans le plus grandiose des décors scandinaves. Jonasson, la nouvelle révélation du polar islandais.

Glaçant !

Ed. de La Martinière, 2016 - 21€



LE FANTÔME DE L'OPÉRA

Domitille et Amaury

Depuis qu'elle est petit rat, Meg visite l'Opéra. Elle s'aventure partout où elle a le droit, et partout où elle n'a pas le droit. Dans un couloir secret, elle rencontre le fantôme de l'Opéra. Il pleure : Christine ne l'aime pas. La belle cantatrice va épouser son amoureux Raoul ! Un soir, alors que Christine chante sur scène, elle disparaît mystérieusement. Fidèle à l'œuvre de Gaston Leroux, cette adaptation en propose une réécriture simple et imagée, en musique et chansons.

Ed. de La Martinière, 2015 - 19€



Inside

Bienvenue dans les coulisses de l'agence Loyalty Reward ! Vous y trouverez des projets, des conseils, des astuces, des hommes mais surtout une volonté commune : la satisfaction client par le lien émotionnel de la récompense.

Art de vivre ou philosophie du plaisir, c'est à vous de juger...

Toute l'actualité de l'agence sur **www.loyaltyreward.fr**



Qu'il s'agisse d'un espace d'accueil à aménager ou d'un séminaire à organiser, nous attachons beaucoup d'importance à l'expérience véhiculée. Celle-ci doit être en cohérence avec le positionnement de la marque.

3 projets qui bousculent l'agence

Et si on se donnait le droit d'être exigeant ? Après tout, à quoi servirait un service de conciergerie s'il n'était pas capable de vous décrocher la lune ? Loin des étoiles, nous avons souhaité vous présenter notre service à travers 3 projets simples, imaginés et conçus pour nos clients. Illustration.



Insolite

En attendant le père noël

Le projet : réaliser un calendrier de l'avent entièrement personnalisé pour animer une opération de fin d'année.

Le mot de la cliente : *« Cette opération a été un véritable succès, qui au-delà, de créer une émulation positive, a permis de dynamiser le challenge ! »*

La touche en plus ? Tout était personnalisable : format, support, couleurs, cadeaux, et même les 25 messages associés aux récompenses.



DIANE JEAN MACUNDI
CONSEILLÈRE AU SERVICE CONCIERGERIE

Comment est né ce projet ?

D.M. Au départ, la cliente souhaitait organiser un team building très simple. Ce n'est qu'au fil de nos échanges que j'ai décelé les valeurs de l'entreprise, des valeurs proches du sport.

Qu'en retenez-vous ?

D.M. La persévérance ! Il faut défendre ses convictions. Les gens ont tendance à voir les teams buildings comme des évènements dénoués de sens alors qu'ils sont une source forte de cohésion.

Où trouvez-vous vos sources d'inspiration ?

D.M. Mes voyages, mes lectures, mes visites… mais surtout mes clients ! Ce sont eux qui possèdent toutes les idées même s'ils ne le savent pas toujours !





Décoration intérieure

Un accueil bien pensé

Le brief : aménager le hall d'accueil d'une entreprise qui prône une image de modernité et d'ouverture.

L'état d'esprit : entre chic et urbain pour symboliser la culture moderne et connectée de l'entreprise. Des couleurs aux matières, en passant par les formes, rien n'est laissé au hasard !

La french touch ? S'associer à un jeune architecte français, au style résolument contemporain et intégrer l'équipe projet en amont.

Team Building

1,2,3 partez

Le projet : remercier les équipes commerciales en organisant un team building de fin d'année.

Le parti-pris : surfer sur l'actualité sportive pour proposer des activités qui retranscrivent des valeurs fortes et partagées (le collectif, la compétition…)

La touche conseil ? décliner ce fil rouge tout au long du séjour au travers d'animations régulières, et privilégier les ateliers collectifs qui favorisent l'esprit d'équipe !

EN BREF

Loyalty Reward s'exporte ! Dans le cadre de son développement international, l'agence partira prochainement à la découverte de nouvelles destinations : l'Europe dans un premier temps et pourquoi pas le reste du monde ?

Ça matche ! Comme quoi, les belles rencontres se font aussi dans la vie professionnelle : Afflelou, ProAchat et Mediapolitain viennent de signer un contrat avec l'agence.

La famille grandit Loyalty Reward renforce ses équipes achats et son centre de relation client, avec le recrutement de 3 nouvelles personnes. Vous aurez bientôt l'occasion de les rencontrer. *Welcome !*

Toute l'actualité de l'agence sur **www.loyaltyreward.fr**

A chaque numéro, un collaborateur Loyalty Reward se prête au jeu de l'interview et se dévoile dans nos colonnes.

Alicia, dénicheuse d'expériences



Ton histoire avec Loyalty Reward ?

Alicia Bouillard Elle a débuté il y a quatre ans au service Achats. Arrivée en tant qu'assistante, j'ai gravi les échelons pour devenir, il y a moins d'un an, Responsable Achats.

Qu'est-ce qui te plaît dans ce métier ?

A.B. Trouver les marques et les produits qui intéresseront nos cibles. Quand j'effectue mes sélections, je m'implique comme si c'était pour mes proches. J'essaie de dénicher la perle rare, celle qui joint l'utile à l'agréable, et qui a cette petite touche en plus qui vous donne le sourire !

Mais "dénicher" cela s'apprend ?

A.B. Oui et non car c'est avant tout une question de passion. En même temps, il faut aussi savoir faire preuve de rigueur et avoir de l'expérience dans le domaine. Activer les partenariats, négocier avec les fournisseurs, et garantir la satisfaction des bénéficiaires jusqu'au dernier kilomètre ne s'improvise pas ! Notre métier ne se limite pas à la recherche de produits, il va aussi chercher à délivrer une expérience optimale !

Quelle est ta plus grande fierté professionnelle ?

A.B. Dénicher des marques de créateurs peu connues et les faire découvrir à nos cibles. Parce que leur histoire m'a touchée ou tout simplement parce qu'ils imaginent et fabriquent des choses extraordinaires.

Où trouves-tu tes sources d'inspiration ?

A.B. Dans les salons type Maison & Objet, les magazines lifestyle, à travers les demandes clients, mais aussi les blogs qui fourmillent d'idées et de tendances en tout genre.

Justement. C'est quoi la tendance du moment ?

A.B. J'en citerai plutôt trois : les objets connectés ; l'association utile / plaisir comme les enceintes bluetooth, et les voyages.

Ta devise aujourd'hui ?

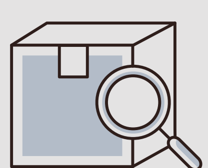
A.B. *« Il n y a pas de petite victoire »* Chaque référencement de produit, chaque nouveau partenariat, chaque découverte... est une victoire !

Une autre vie ailleurs, ça donnerait quoi ?

A.B. Dans le Montana, aux États-Unis, en train d'élever des chevaux [Rires.]

5 conseils pour alimenter vos réflexions en matière de dotations

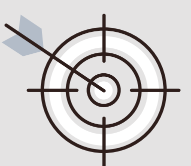
Comment satisfaire toutes vos cibles ? Comment marquer durablement les esprits ? Comment stimuler l'engagement de vos partenaires ? Zoom sur 5 astuces pour faire de vos investissements récompenses un véritable levier de performance !



Conseil n°1

Analysez les tendances du marché

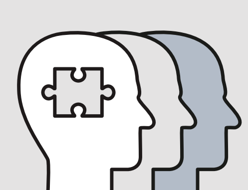
Utile ou plaisir, luxe ou accessible, collectif ou individuel... effectuez une étude de marché pour connaitre les tendances et incontournables en matière de dotations.



Conseil n°2

Ciblez vos récompenses

Faites le tri pour sélectionner LES récompenses qui marqueront vos cibles et s'inscriront dans le contexte de votre opération (budget, objectif, cible, image...).



Conseil n°3

Marquez les esprits

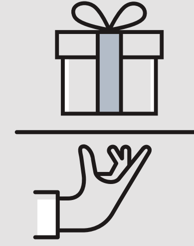
C'est là tout l'enjeu de la récompense ! Pour réellement marquer les esprits, les dotations choisies doivent faire rêver et donc laisser une trace émotionnelle.



Conseil n°4

Restez cohérent

C'est une question de bon sens mais la sélection de vos dotations doit s'adapter à votre positionnement, à vos produits, à votre stratégie de développement... mais également à votre opération.



Conseil n°5

Soyez irréprochable du début à la fin

La dotation alimente aussi l'expérience relationnelle avec la marque. Toute la chaine de production doit donc être maîtrisée de A à Z, pour livrer une qualité de prestation sans faille.

Vous souhaitez échanger avec nous sur vos problématiques de récompense ?

Loyalty Reward
Paris - Lyon
04 26 23 06 54
www.loyaltyreward.fr



EN FONCTION DE VOS BESOINS, UNE RÉPONSE SMARTBOX BUSINESS SOLUTIONS

- **CHALLENGES COMMERCIAUX**
- **TRADE MARKETING**
- **CADEAUX CLIENTS**
- **FIDÉLISATION ET PARRAINAGE**

+ de 51 000 IDÉES CADEAUX

ÉCHANGE GRATUIT ET ILLIMITÉ*

RÉSERVEZ VOTRE SÉJOUR SUR SMARTBOX.COM

VALABLE 2 ANS** - RENOUVELABLE*

* Pendant la période de validité.
Voir conditions détaillées sur smartbox.com
** À partir de la date d'achat

CONTACTEZ-NOUS
entreprise@smartbox.com
0 969 327 005 *

Le cadeau à vivre !